

· 声音 ·

传统旅行社不应被“组团接待”束缚

中国旅游研究院院长 戴斌



传统旅行社的价值更多存在于旅行服务上，而不是旅行社那些传统的业务模式——组团、接待，甚至进店购物、获取回扣等等。人们在旅行服务中的核心需求是对安全的诉求，对便利的诉求，对出现困难时救助的诉求，这些旅行需求是任何时候都实实在在存在的。游客的这些需求正在日益从一些新兴的旅行服务机构那里得到满足。这就提醒传统旅行社也要思考应该回到旅行服务业的本质，而不应该被常年形成的“组团接待”思路所束缚。这些既定的模式以及市场份额正越来越多地被一批新兴的旅游服务商的产品和服务所挑战和替代。

平衡高端酒店供求关系需调整期

开元旅业集团董事长 陈妙林



目前，五星级酒店的平均房价水平较低，大约为600元/间夜。而按照行业的指标，国内五星级酒店的平均房价应该达到1500元/间夜，现在的价格显然远远低于这个标准。不仅如此，国内四五星级酒店平均住宿率目前还不到60%，从这个角度看，酒店收益率的低迷便不难理解。国内酒店业的供求关系目前处于不平衡状态，供应大大高于需求。国内旅游业每年的增长为19.5%，而酒店供应量每年的增长超过30%。这直接导致了国内酒店平均房价与住宿率的低迷。预计通过四年左右的调整，国内酒店业的供求关系会达到平衡，那时行业才会扭转现状。

会议产业链应改变战略部署

亚星国际(会展)集团总经理 白波



今年初，中央出台的八项规定特别针对会风做出了要求，比如开短会、讲短话，切忌走过场、搞形式主义……不可否认的是会议产业链上各个企业都或多或少受到影响，小到花草绿植，大到星级酒店、会议中心，政府会议业务出现了不同程度的波动。可见，对于会议产业来说，受新会风的影响，客源结构将产生重大改变，政府会议将出现一定比例的下降，相反企业会议、社团会议数量将逐渐增加。所以我建议会议产业链的其他各方应适时而动，改变战略部署。新会风带来多种影响，要求企业必须具备快速反应能力和整合资源能力，加快自身创新能力和业务升级，开发新市场，优先占领新的领域。

栏目主持:李西叶

· 数读旅业 ·

1.06亿人次

中国消费者使用移动设备预订酒店的趋势日益明显，而且保持着惊人的增长速度。中国出境旅游研究所预计，从2013年下半年到2014年上半年，出境旅游的中国游客将会超过1.06亿人次，消费总额将达到1290亿美元。

4.3%

近日，美国运通全球商务旅行部公布了2013年中国商务旅行情况年度调查报告，报告显示，大多数企业(94%)认为其2014年的差旅薪酬(T&E)预算将有所增长或与当下持平。美国运通副总裁兼美国旅运通商务旅行中国区总经理李马可(Marco Pellizzer)指出，总体而言，受访企业预计他们的差旅支出将同比增长4.3%，与上一年的预测增长率4%基本相符。

栏目主持:李西叶

人物访谈

携程旅行网高级副总裁汤澜：

价格战仍是目前最有效手段

从2009年第一场“双11”开始，这个由阿里生生造出来的购物节已经走过了五个年头。五年之间，“双11”购物节从电商小众行为发展到了全民运动，线上交易额则以爆发式的状态持续着野蛮生长。“双11”的成功给予了旅游业一个启迪，当旅游企业仍沉浸在“双11”中尝到的甜头之时，在线旅游业龙头携程则已经喊出了“购物双11，旅游双12”的口号，欲将“双12”打造成旅游业的狂欢。但相比于深耕五年的“双11”，仓促上阵的旅游“双12”能否成功，“双12”对于行业有何意义，携程旅行网高级副总裁汤澜向北京商报记者表达了自己的观点。

携程5亿元
备战旅游“双12”

北京商报：我们都知携程有意向将“双12”打造成旅游的狂欢节，但对于在线旅游而言，返现、打折等促销活动一直都在持续，为何携程此次对“双12”情有独钟？

汤澜：“双11”令参与其中的旅游企业尝到了很大的甜头。数据显示，携程在11月11日的酒店预订订单数量与预订间夜量均比去年“双11”翻番，而“双12”接档“双11”正好可以将这股促销风持续下去。同时，岁末年终的“年假”高峰期与春节的返乡潮，都为“双12”提供了有利的市场支持及可行性。

北京商报：携程为这次的“双12”做了哪些准备？“双12”在今年能否如愿成为旅游业的狂欢？

汤澜：携程这次“双12”分为12月12日当天与今年12月12日到明年1月

12日两部分。此次携程预计给客户带来的优惠加上营销费用将超过5亿元人民币，机票、酒店、门票、签证、用车、火车票、各式旅游度假线路都将参与到活动中。但从行业规模上看，今年的旅游“双12”还略显仓促，不能够达到“双11”的影响力。但艺龙、同程、如家、7天都表示将在今年“双12”期间有所动作，通过市场刺激及概念培育，相信加入的企业会越来越多。

无线端成为
携程主战场

北京商报：从活动方案中看，携程今年12月12日到明年1月12日的第二波活动将在无线端打响，是否意味着“双12”的主战场其实是在无线端？

汤澜：携程目前正处于OTA（在线旅行服务商）向MTA（移动旅行服务商）转变的过程中，而将“双12”的主战场设置在无线端也是贴合公司的转型战略。无线市场是一个增

长非常快的市场，有非常大的潜力。我们认为以大规模的市场投入与整合营销手段，将客户导入无线端，可以继续巩固携程在移动市场的领导地位与市场份额。

北京商报：目前携程在无线领域的成绩如何？

汤澜：截至三季度，携程无线端的主动下载量达7000万次以上，酒店的移动订单占比近30%，机票的移动订单占比超过15%，单日交易额峰值超过1亿元。通过此次“双12”促销，相信携程在无线市场的各个指标会有更亮眼的表现。携程希望在不久的将来，无线预订将超过互联网和呼叫中心，成为携程最重要的预订平台。

价格战是
目前最有效手段

北京商报：在业内看来，这次的“双12”更像是新一轮价格战的开端，对此您如何看待？

汤澜：此次的“双12”是携程对过去一年价格战的总结，同时也引领明年价格战的开端。从去年进行价格战以来，携程全线业务增长迅速，远高于市场预期。酒店部分，自2012年三季度起已经连续五个季度保持40%左右的高速增长。而机票业务量同样连续两个季度保持30%以上高速增长。

北京商报：从目前行业的发展来看，在线旅游业是否需要这种大型的价格战来促进行业洗牌？

汤澜：事实上价格战是一个以价换量的行为，在线旅游通过价格战获取了市场份额的同时，一定程度上牺牲了自己的利润。但从目前市场来看，价格战是竞争的最有力手段，当价格战在整个市场中是普遍现象时，不跟进便会掉队。而携程在进行价格战的同时，也加大力量培育后价格战时代的品牌力与服务力。

北京商报记者 程拓

观察

布鲁宫法餐厅关门的思考

姜子谦

作为北京人均消费最高的法餐厅，布鲁宫法餐厅因连年巨亏或将在本周日关门。尽管目前布鲁宫法餐厅官方除了张贴通知表示其巨额亏损外，对于深入的理由未进行更多回复。但在今年整体政策和宏观环境的影响下，高端餐饮、酒店等旅游行业都迎来了经营上的寒冬期已是不争的事实。布鲁宫法餐厅的关闭，引起了曾经在此消费人群的阵阵惋惜，也为行业带来了更加真切的思考。

在本周举办的第六届中国会议产业大会上，国家会议中心、七叶香山、北京国际饭店等高端旅游核

心企业纷纷表示，今年的销售额基本不会达到年初的预期。业界专家更是直接预测，在今年底到明年初，行业内一定会有大变化。高端旅游产业的下一步究竟要如何发展，似乎各个行业都处于“摸着石头过河”的阶段。

不过，虽然企业纷纷面临经营困境，但北京庞大的市场需求仍是企业不能忽视的。以会议市场为例，根据国际大会和国际会议发布的数据，2012年中国接待的会议中，北京排名榜首，在亚洲仅次于新加坡，排在第二。这样的数据也恰恰证明了北京已经确立了国际知名会议城

市的地位，在亚洲的地位更加巩固。

所以，只要市场在那里，企业面临经营困难时，要做的更多地是如何快速调整。仍以高端餐饮企业为例，目前很多餐饮企业其实早早开始了自己的谋生之路，在湘鄂情开始之初，为求生存，餐厅就停售高价菜，积极布局快餐和团膳市场；一直定位在高端餐饮的正院大宅门，也在中午时间为周边白领推出平价菜单。虽然目前还不能说这些改变成就了企业的转型，但是这些尝试都能表明企业寻求挖掘新市场的信心。

北京市旅游委主任周



正宇在中国会议产业大会上表示，今年形势在客观环境下，企业面临一个新的发展，既是挑战，也是机遇。在他看来，今年正好可以把以往几年虚高的泡沫挤掉，以今年为基础，在十八届三中全会后，市场化起绝对作用的改革方向下，才是共同谋划会奖旅游新发展的最好时期。